

فهرست

مقدمه	۹
تریز چیست؟	۱۱
ویژگی‌های تئوری خلاقیت در بازاریابی و تبلیغات	۱۴
اهمیت و ضرورت تبلیغات تریزی	۱۴
مزایای رقابتی تبلیغات	۱۶
تاریخچه تریز	۱۸
ده اصل تبلیغات تریزی	۱۹
اصل اول: قانون کمال و مطلوبیت	۲۰
اصل دوم: تحلیل مثبت - منفی	۲۲
اصل سوم: راه‌حل‌های ابداعانه استاندارد	۲۵
اصل چهارم: کمپین تبلیغات تریزی، سیستم ۴ مرحله‌ای بازاریابی و تبلیغات تریزی	۲۶
مراحل اجرای کمپین تبلیغات تریزی	۲۸
مرحله اول: شناسایی مسأله‌ای که باید تبلیغ شود	۲۸
مرحله دوم: منشور تریز یا فرموله کردن مسأله تبلیغاتی	۲۹
مرحله سوم: جستجو برای پیدا کردن مسائلی که قبلاً به خوبی حل شده‌اند	۳۰
مرحله چهارم: جستجوی راه‌حل‌های مشابه و وفق دادن آن با راه‌حل مسأله خود	۳۱
اصل پنجم: کمپین تبلیغاتی ستاره‌ای، ستاره تبلیغات تریزی	۳۹
اصل ششم: سی و نه پارامتر مهندسی بازاریابی و تبلیغات خلاق	۴۴
اصل هفتم: چهل اصل مهندسی تبلیغات و بازاریابی خلاق	۴۷
اصل هشتم: هشت ضلعی تبلیغات تریزی و بازاریابی خلاق	۶۵
اصل نهم: ماتریس تناقض‌ها	۶۶
اصل دهم: ابزارهای اضافی تبلیغات تریز	۶۷
۱- اریز ARIZ (الگوریتم حل خلاق مسأله)	۶۷

۶۸	۲- فرموله کردن راه‌حل ایده‌آل	۶۸
۶۸	۳- ASIT	۶۸
۶۸	۴- AFD (پیش‌بینی شکست)	۶۸
۶۹	۵- DPE (فراگشت و تکامل تولید هدایت شده)	۶۹
۷۱	۶- تریز به همراه QFD	۷۱
۷۳	۷- IPS	۷۳
۷۴	۸- نرم‌افزارهای تریز	۷۴
۷۵	منابع	۷۵